



CLASE NÚMERO 21

# Introducción a TikTok Ads

## Parte 2





# Segmentación y Audiencias

En este bloque se profundiza en cómo segmentar al público objetivo en TikTok Ads.

Los alumnos aprenderán a configurar audiencias basadas en:

- **Datos demográficos:** edad, sexo, ubicación, idioma.
- **Intereses y comportamiento:** deportes, tecnología, moda, belleza, videojuegos, etc.
- **Dispositivo:** sistema operativo, tipo de conexión, red móvil.
- **Audiencias personalizadas:** listas propias, retargeting de visitantes web (si hay pixel instalado).
- **Audiencias similares:** lookalike basadas en engagement o conversiones anteriores.



📄 **Actividad práctica:** creación de 3 conjuntos de anuncios con diferentes segmentaciones para una misma campaña.



# Herramientas dentro de la plataforma y Add-ons

TikTok Ads Manager ofrece varias herramientas para optimizar la experiencia publicitaria:

- **Creative Center:** ejemplos, ideas y tendencias actuales por sector.
- **Video Generator:** editor rápido con plantillas adaptadas a formato vertical.
- **Smart Video Soundtrack:** selección automática de música según estilo visual.
- **Pixel Helper:** testeo e instalación del pixel de conversión.
- **A/B Testing Tool:** para probar distintas audiencias o creatividades.



📄 **Actividad sugerida:** simular una prueba A/B variando intereses vs comportamiento.



# Tipos de campañas y formatos de anuncios

Se repasarán los tipos de campañas disponibles, vinculados al objetivo:

- **Campañas de Tráfico**
- **Campañas de Conversiones**
- **Descarga de apps**
- **Reconocimiento de marca**

Y sus formatos principales:

- **In-Feed Ads** (vídeo en scroll orgánico)
- **Spark Ads** (contenido orgánico promocionado)
- **TopView** (aparece al abrir la app – premium)
- **Branded Effects & Hashtag Challenges** (alto engagement, colaborativos)



📄 **Se explican pros y contras de cada uno**, y se analiza cuál conviene según presupuesto, objetivo y producto.



# Tendencias

Los alumnos analizarán los factores que hacen a TikTok una red diferente:

- **Creatividad espontánea > producción profesional.**
- **Uso de efectos nativos, transiciones, humor y “hooks” rápidos.**
- **Contenidos verticales, sonoros y subtítulos.**
- **Tendencias semanales:** bailes, sonidos, hashtags, challenges.



**Ejercicio en grupo:** cada grupo investiga y expone una tendencia actual y cómo la aplicaría en una marca real.



# Implementación

Cada alumno aplicará todo lo visto creando una **campaña real o simulada en TikTok Ads Manager**.

Pasos clave:

1. Crear campaña con objetivo "Tráfico" o "Conversiones".
2. Armar conjunto de anuncios con segmentación propia.
3. Cargar o usar un video en el editor de TikTok.
4. Definir el CTA, la música, el texto y el enlace final.
5. Publicar o guardar como borrador.



 **Opcional:** práctica con Spark Ads usando un video orgánico de la cuenta o influencer.



## Encuesta para Alumnos

¡Ayúdanos a mejorar el curso! Escanea el código QR a continuación para completar una breve encuesta y compartir tus valiosas opiniones.



También puedes acceder a la encuesta directamente desde este enlace: [eunoiacampus.com/encuesta-alumnos/](https://eunoiacampus.com/encuesta-alumnos/)